

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Pariwisata Dalam Islam

Dalam kesejarahannya, pariwisata dalam tradisi Islam dimulai dari kemunculan Islam itu sendiri sebagai agama yang universal, yakni ketika dikenalkan konsep ziyarah yang artinya secara harfiahnya adalah berkunjung. Akibatnya budaya ziyarah itulah lahir berbagai bentuk pranata-pranata sosial Islam yang dibimbing oleh etika dan hukumnya. Selanjutnya lahirlah konsep dhiyah, yakni tata krama kunjung-berkunjung yang di dalamnya mengatur etika dan tata krama secara hubungan sosial antara tamu (dhaif) dengan tuan rumah (mudhif). Konsep ziyarah tersebut mengalami perkembangan dan melahirkan berbagai bentuknya.<sup>1</sup>

Dalam tradisi Islam dikenal beberapa istilah yang berhubungan dengan pariwisata. Diantaranya ialah *Siyar*, *safar*, *al-siyahah*, *al-ziyarah*, atau *al-rihlah*. Bahasa Arab kontemporer lebih memilih istilah *al-siyâhah* untuk konsep wisata (*tourism*). Secara bahasa *al-siyâhah* berarti pergi kemana saja dengan motif apa saja (mutlak tidak muqayyad). Al-Qur'an menyebut kata *al-siyâhah* dalam beberapa tempat (Q.S. At-Taubah: 2 dan 112). Terdapat

---

<sup>1</sup> Fahadil Amin Al Hasan, "Penyelenggaraan Pariwisata Halal di Indonesia (Analisis Fatwa DSN\_MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah)", *Al-Ahkam*. Vol. 2, No. 1, 2017, hal. 62-64

beberapa pandangan dalam Islam mengenai perjalanan dan wisata, diantaranya ialah:

1. Perjalanan dianggap sebagai ibadah karena diperintahkan untuk melakukan satu kewajiban dari rukun Islam, yaitu haji pada bulan tertentu dan umrah yang dilakukan sepanjang tahun ke Baitullah.
2. Wisata sangat berhubungan dengan konsep pengetahuan dan pembelajaran. Hal ini menjadi perjalanan terbesar yang dilakukan pada awal Islam dengan tujuan mencari dan menyebarkan pengetahuan.
3. Tujuan wisata dalam Islam adalah untuk belajar ilmu pengetahuan dan cara seorang muslim untuk bertafakur atas segala ciptaan-Nya. Perintah untuk berwisata di muka bumi muncul pada beberapa tempat dalam Al-Qur'an.
4. Tujuan besar lainnya adalah untuk syiar dan menunjukan keagungan Allah dan Rasul-Nya.

Dalam Al-Qur'an penjelasan mengenai wisata atau perjalan dijelaskan dalam Al-Qur'an surat:

- a. Ar-Rum ayat 9

أَوَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ كَانُوا أَشَدَّ مِنْهُمْ  
قُوَّةً وَأَثَارُوا الْأَرْضَ وَعَمَرُوهَا أَكْثَرَ مِمَّا عَمَرُوهَا وَجَاءَتْهُمْ رُسُلُهُم بِالْبَيِّنَاتِ فَمَا كَانَ  
اللَّهُ لِيَظْلِمَهُمْ وَلَكِنْ كَانُوا أَنْفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ

Artinya : “Dan apakah mereka tidak mengadakan perjalanan di muka bumi dan memperhatikan bagaimana akibat (yang diderita) oleh

orang-orang sebelum mereka? orang-orang itu adalah lebih kuat dari mereka (sendiri) dan telah mengolah bumi (tanah) serta memakmurkannya lebih banyak dari apa yang telah mereka makmurkan. Dan telah datang kepada mereka rasul-rasul mereka dengan membawa bukti-bukti yang nyata. Maka Allah sekali-kali tidak berlaku zalim kepada mereka, akan tetapi merekalah yang berlaku zalim kepada diri sendiri.”<sup>2</sup>

b. Ar-Rum ayat 42

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِن قَبْلُ كَانَ أَكْثَرُهُم مُّشْرِكِينَ

Artinya : “Katakanlah: “Adakanlah perjalanan di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang terdahulu. Kebanyakan dari mereka itu adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah).”<sup>3</sup>

c. Al-An’am ayat 11

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ

Artinya : “Katakanlah: “Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu.”<sup>4</sup>

d. Luqman ayat 31

أَلَمْ تَرَ أَنَّ الْفُلُكَ تَجْرَى فِي الْبَحْرِ بِنِعْمَتِ اللَّهِ لِيُرِيَكُمْ مِّنْ آيَاتِهِ ۚ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّكُلِّ صَبَّارٍ شَكُورٍ

Artinya : “Tidaklah kamu memperhatikan bahwa sesungguhnya kapal itu berlayar di laut dengan nikmat Allah, supaya diperlihatkan-Nya kepadamu sebahagian dari tanda-tanda (kekuasaan)-Nya.

<sup>2</sup> Mushaf Al-Azhar, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung: Jabal, 2010), hal. 405

<sup>3</sup> Mushaf Al-Azhar, *Al-Qur'an dan Terjemah...*, hal. 409

<sup>4</sup> Mushaf Al-Azhar, *Al-Qur'an dan Terjemah...*, hal. 129

Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi semua orang yang sangat sabar lagi banyak bersyukur.”<sup>5</sup>

## **B. Pariwisata**

### **1. Definisi Pariwisata**

Secara etimologis pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yaitu “pari” berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, dan “wisata” berarti perjalanan atau bepergian. Berdasarkan arti kata ini di definisikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud dan tujuan tertentu. Sementara itu, seorang ahli turisme asing terkenal bernama G.A. Schmoll menyatakan bahwa:

*“Tourism is a highly decentralized industry consisting of enterprises different in size, location, function type organization, range of service provided an method used to market and sell them”.*

Schmoll menyatakan bahwa usaha turisme itu tergolong industri yang dibedakan atas tipe-tipe: besarnya, tempatnya yang tersebar, dan luasnya pelayanannya.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Mushaf Al-Azhar, *Al-Qur'an dan Terjemah...*, hal. 414

<sup>6</sup> Bungaran A. Simanjuntak, Flores Tanjung, dkk, *Sejarah Pariwisata: Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*, ( Jakarta: Buku Obor, 2017), hal. 1

Tourism Management, menyatakan bahwa pariwisata adalah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam panyediaan lapangan kerja. Hamalik juga mengemukakan pariwisata yaitu melakukan perjalanan bertujuan untuk beristirahat dan hanya dinikmati oleh segolongan manusia. Menurut Sujali, mengemukakan pariwisata merupakan kegiatan yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan kenikmatan dan kepuasan. Wisata sebagai salah satu aktivitas manusia melibatkan banyak aspek dan dapat ditinjau dari banyak disiplin ilmu. Menurut Fandeli, mengemukakan pariwisata adalah perpindahan sementara orang-orang kedaerah tujuan diluar tempat kerja dan tempat tinggal sehari-harinya, kegiatan yang dilakukannya adalah fasilitas yang digunakan ditujukan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.<sup>7</sup>

Pariwisata terdiri dari dua kata, yaitu pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, dan lengkap. Wisata berarti perjalanan, bepergian. Wisata bersinonim dengan kata travel. Jadi pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi

---

<sup>7</sup> Armin Subhpani, Tesis: “Potensi Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Lombok”, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2010), hal. 9

semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Menurut undang-undang No. 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Orang yang melakukan wisata dikatakan sebagai wisatawan.<sup>8</sup> Kegiatan wisatawan dalam berwisata tentulah dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, baik faktor penarik maupun faktor pendorong dalam melakukan kegiatan pariwisata. Fandeli juga menjelaskan sebagai berikut:

a. Faktor Pendorong

Faktor yang mendorong seseorang untuk berwisata adalah ingin terlepas, meskipun sejenak dari kehidupan yang rutini setiap hari, lingkungan yang tercemar, kemacetan lalu lintas, dan hiruk pikuk kehidupan kota.

---

<sup>8</sup> Ismayanti, *Pengantar Pariwisata*, ( Jakarta: PT Gramedia Widisarana, 2010), hal.1

b. Faktor Penarik

Faktor ini berkaitan dengan adanya atraksi wisata di daerah atau di tempat wisata.

Sesuai dengan fungsi dari kegiatan pariwisata, Sujali membedakan pariwisata menjadi enam jenis. Yakni diuraikan sebagai berikut:

- a. Pariwisata pendidikan
- b. Pariwisata olahraga
- c. Pariwisata kebudayaan
- d. Pariwisata kesehatan
- e. Pariwisata ekonomi
- f. Pariwisata sosial

Secara etimologis, pariwisata berasal dari dua kata dalam bahasa sanskerta, yaitu "*pari*" dan "*wisata*". Kata *pari* berarti seringkali atau berkali-kali, sedangkan kata *wisata* berarti pergi atau perjalanan. Secara etimologis, pariwisata diartikan sebagai sebagian kegiatan perjalanan yang dilakukan secara berkesinambungan dari satu tempat ke tempat berikutnya dan berakhir di tempat keberangkatan.<sup>9</sup>

Richard Sihite mendefinisikan pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan sementara waktu, dari satu tempat ke tempat yang lain dengan suatu perencanaan dan dengan tujuan untuk melakukan rekreasi

---

<sup>9</sup> Aep Ahmad Senjaya, *Mengenal Usaha Jasa Wisata*, (Bekasi: Nusa Agung, 2018), hal. 7

atau bertamasya untuk memenuhi keinginan mereka.<sup>10</sup> Menurut Kodhyat pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan dari satu tempat ke tempat yang lain, dilakukan secara individu ataupun kelompok yang bersifat sementara sebagai upaya untuk mencari keselarasan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dan aspek sosial.<sup>11</sup> Menurut Wibowo (2008), definisi pariwisata berkembang dengan beberapa persamaan dan juga perbedaan. Persamaan terletak pada keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan pariwisata ke suatu tempat untuk memenuhi hasrat keingintahuan untuk merasakan keindahan suatu objek wisata. Sedangkan perbedaannya, terletak pada mengutamakan pada bagain tertentu dan pengertian tersebut dari kepentingan atau sudut pandangnya.<sup>12</sup>

J. Spillane mendeskripsikan bahwa suatu perjalanan dapat dianggap sebagai perjalanan wisata apabila:<sup>13</sup>

- a. Bersifat sementara
- b. Bersifat sukarela maksudnya tanpa adanya paksaan
- c. Tidak melakukan pekerjaan yang bersifat menghasilkan bayaran ataupun upah.

---

<sup>10</sup> Shofwan Hanief dan Dian Pramana, *Pengembangan Bisnis Pariwisata Dengan Media Sistem Informasi*, (Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI), 2018), hal. 1

<sup>11</sup> I Kadek Hariyana dan I Gst. Agung Oka Mahagangga, “Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Kawasan Goa Peteng Sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Jimbaran Kuta Selatan Kabupaten Bandung”, *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol. 3, No. 1, 2015, hal. 25

<sup>12</sup> Aep Ahmad Senjaya, *Mengenal Usaha Jasa Wisata...*, hal. 8

<sup>13</sup> James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1991), hal. 22



Dari pendapat beberapa ahli diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pariwisata merupakan perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lain dan dilakukan oleh individu ataupun kelompok yang sifatnya sementara tidak untuk melakukan suatu pekerjaan yang menghasilkan upah atau bayaran.

## **2. Tujuan Pariwisata**

Menentukan tujuan adalah langkah awal dari perencanaan agar ketika kegiatan dilaksanakan bisa sesuai dengan apa yang diinginkan. Seseorang dalam melakukan perjalanan pasti memiliki tujuan yang diinginkan. Ada beberapa tujuan pariwisata, antara lain:

- a. Keinginan bersantai
- b. Keinginan mencari suasana lain
- c. Memenuhi rasa ingin tahu
- d. Keinginan berpetualang
- e. Keinginan mencari kepuasan

Sedangkan tujuan pengembangan pariwisata, sesuai Undang-Undang No. 9 Tahun 1990, yang menyebutkan bahwa tujuan pengembangan pariwisata adalah:<sup>14</sup>

- a. Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, meningkatkan mutu dan daya tarik wisata.

---

<sup>14</sup> Oka A. Yoeti, *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi*, ( Jakarta: Kompas, 2008), hal. 15

- b. Memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa.
- c. Memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja.
- d. Meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.
- e. Mendorong pendayagunaan produk nasional.

### **3. Peraturan Pariwisata Nasional**

Dalam pembangunan pariwisata pemerintah telah menetapkan ketentuan-ketentuan kepariwisataan dalam undang-undang yaitu Undang-Undang Nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataaan. Pelaksanaan pariwisata diatur dalam Peraturan Nomor 67 tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan. Implementasi lebih lanjut diatur dalam Keputusan Presiden maupun Keputusan Menteri.

Undang-undang Nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataaan, terdiri dari IX Bab dan 40 pasal. Ketentuan ini mengatur tentang azas dan tujuan kepariwisataan, objek, dan daya tarik wisata, usaha pariwisata, peran serta masyarakat, pembinaan, penyerahan urusan, dan ketentuan pidana. Sedangkan Peraturan Pemerintah Nomor 67 tahun 1996 terdiri dari IX Bab dan 116 pasal mengatur tentang usaha pariwisata, persyaratan permodalan dan perizinan, peran serta masyarakat, pembinaan, dan sanksi.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> I Putu Gelgel, *Industri Pariwisata Indonesia dalam Globalisasi Perdagangan Jasa Implikasi Hukum dan Antisipasinya*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2009), hal. 53-55

#### 4. Unsur-Unsur dalam Pariwisata

Menurut Pendit, adapun unsur-unsur dalam pariwisata terdiri dari:<sup>16</sup>

- a. Politik pemerintahan merupakan sikap pemerintah terhadap kepariwisataan yang ada. Politik pemerintahan dapat bersifat secara langsung, yaitu sikap pemerintah terhadap wisatawan yang datang ke daerah wisata dan tak langsung yaitu kondisi kestabilan politik, ekonomi, dan keamanan daerah bersangkutan.
- b. Kesempatan berbelanja tersedianya tempat belanja yang dibutuhkan wisatawan juga barang-barang khas tempat wisata.
- c. Promosi adalah propaganda kepariwisataan dengan didasarkan atas rencana atau propaganda secara teratur dan berkelanjutan ke dalam negeri maupun ke luar negeri.
- d. Harga yaitu harga barang-barang, sarana dan prasarana yang ada. Pada intinya wisatawan sama seperti konsumen pada umumnya yang menginginkan harga murah dengan kualitas yang baik.
- e. Pengangkutan meliputi keadaan jalan, alat angkut, dan kelancaran transportasi di tempat wisata.
- f. Akomodasi merupakan rumah sementara bagi wisatawan. Hal yang penting diperhatikan dari akomodasi adalah: kenyamanan, pelayanan yang baik dan kebersihan sanitasinya.

---

<sup>16</sup> Nyoman S Pendit, *Ilmu Pariwisata sebuah Pengantar Perdana*, (Jakarta : PT Pradnya Paramita, 2003), hal. 21

- g. Atraksi adalah segala pertunjukan yang mempunyai nilai manfaat untuk dilihat atau diperhatikan termasuk objek wisata itu sendiri.
- h. Jarak dan waktu berkaitan dengan lamanya waktu yang harus dikorbankan wisatawan untuk mencapai tempat wisata. Semakin cepat mencapainya semakin baik.
- i. Sifat ramah tamah wisatawan sangat menyenangkan keramahan dari penduduk yang ada di tempat wisata tersebut.

Menurut Bagyono unsur perusahaan yang termasuk dalam industri pariwisata, adalah: travel agen, perusahaan transportasi, usaha akomodasi, restoran (jasa boga), travel dan travel servis, toko souvenir (cenderamata), perusahaan-perusahaan yang akan berkaitan dengan aktivitas wisatawan seperti tempat menjual dan mencetak film, kamera, kartu pos, penukaran uang, bank, dan lain-lain.<sup>17</sup>

## 5. Jenis-jenis Pariwisata

Menurut Wibowo (2008) pariwisata dibagi atas beberapa jenis, antara lain sebagai berikut:<sup>18</sup>

### a. Pariwisata Berdasarkan Letak Geografis

Pariwisata yang dikembangkan berdasarkan letak geografis merupakan pariwisata yang dilakukan pada letak tertentu di muka bumi.

---

<sup>17</sup> Bagyono, *Pariwisata dan Perhotelan*, (Bandung: ALFABETA, 2014), hal. 60-65

<sup>18</sup> Aep Ahmad Senjaya, *Mengenal Usaha Jasa Wisata...*, hal. 15

1) Pariwisata Lokal (*Local Tourism*)

Pariwisata lokal yaitu pariwisata yang dilakukan pada tempat tertentu yang jangkauannya relatif sempit dan terbatas.

2) Pariwisata Regional

Pariwisata yang berkembang pada tempat tertentu di suatu daerah yang jangkauannya lebih luas dari pariwisata lokal dan lebih sempit dari pariwisata nasional.

3) Pariwisata Nasional (*National Tourism*)

Pariwisata yang berkembang pada wilayah tertentu suatu negara, dimana orang yang melakukan kegiatan wisata adalah warga negara itu sendiri dan warga negara asing yang berdomisili di negara tersebut.

4) *Regional-International Tourism*

Pariwisata yang berkembang pada suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati beberapa wilayah lebih dari dua atau tiga negara.

5) *International Tourism*

b. Pariwisata Berdasarkan Pengaruhnya Pada Neraca Pembayaran

1) In Bound Tourism (Pariwisata Pasif)

Suatu aktivitas wisata yang ditandai dengan adanya kejadian masuknya wisatawan asing ke suatu negara. Dengan adanya kejadian ini akan memberikan dampak yang positif karena

memberikan pemasukan untuk negara yang dikunjungi. Dengan demikian, semakin banyak wisatawan asing yang datang ke negara tersebut maka akan memperkuat posisi neraca pembayaran negara yang dikunjungi.

## 2) *Out-going* (Pariwisata Pasif)

Suatu aktivitas wisata yang ditandai dengan adanya kejadian keluarnya warga negara sendiri yang melakukan perjalanan ke negara lain sebagai wisatawan. Dalam hal ini, negara tidak mendapatkan devisa negara, karena uang yang seharusnya di belanjakan di dalam negeri akan dibawa ke luar negeri (*capital flight*).

## c. Pariwisata Menurut Alasan atau Tujuan Wisata

### 1) *Business Tourism*

*Business Tourism* merupakan jenis pariwisata dimana pengunjungnya datang untuk melakukan kegiatan usaha, dinas, atau yang berkaitan dengan pekerjaan.

### 2) *Vocational Tourism*

*Vocational Tourism* merupakan jenis pariwisata dimana pengunjungnya datang untuk melakukan rekreasi atau berlibur.

### 3) *Education Tourism*

Pada pariwisata jenis ini, pengunjung mengadakan perjalanan untuk kegiatan mempelajari sesuatu dalam bidang pengetahuan atau

edukasi.

d. Pariwisata Menurut Saat atau Waktu Berkunjung

1) *Seasonal Tourism*

Kegiatan pariwisata jenis ini dilakukan pada musim tertentu. Biasanya dilakukan untuk aktivitas olahraga yaitu *winter tourism* dan *summer tourism*.

2) *Occasional Tourism*

Kegiatan pariwisata ini dilakukan untuk kegiatan suatu acara atau satu event.

e. Pariwisata Menurut Objeknya

1) *Cultural Tourism*

Kegiatan pariwisata yang perjalannya dilakukan sebab adanya dorongan untuk melihat seni budaya dan pesona suatu daerah atau tempat. Jenis pariwisata ini menampilkan benda-benda kuno dan warisan nenek moyang.

2) *Recuperational Tourism*

Jenis pariwisata ini biasa disebut juga dengan wisata kesehatan. Wisata ini dilakukan untuk menyembuhkan suatu jenis penyakit.

3) *Commercial Tourism*

Jenis pariwisata ini biasanya disebut dengan wisata perdagangan, karena dikaitkan dengan kegiatan perdagangan baik perdagangan nasional ataupun internasional, biasanya dalam jenis

pariwisata sering diadakan *fair, expo, exhibition*, dan lain-lain.

4) *Spot Tourism*

Jenis pariwisata ini biasanya disebut dengan pariwisata olahraga, dimana orang-orang berkunjung dengan tujuan untuk menyaksikan atau mengikuti sebuah event olahraga di suatu tempat.

5) *Political Tourism*

Jenis pariwisata ini biasanya disebut dengan pariwisata politik, dimana orang-orang berkunjung untuk menyaksikan atau melihat kejadian yang berkaitan dengan negara lain.

6) *Social Tourism*

Jenis pariwisata ini dilakukan untuk kegiatan sosial tidak memfokuskan pada upaya untuk mendapatkan keuntungan.

7) *Regional Tourism*

Jenis pariwisata ini biasanya disebut dengan wisata keagamaan, dimana orang-orang berkunjung untuk melihat atau mengikuti acara keagamaan.

f. Pariwisata Menurut Jumlah Orang yang Melakukan Perjalanan

1) *Individual Tourism*

*Individual Tourism* merupakan pariwisata yang dilakukan secara sendirian atau hanya bersama satu keluarga.

2) *Group Tourism*

Pariwisata yang dilakukan secara bersama-sama yang



tergabung dalam satu kelompok atau rombongan dan biasanya diorganisir oleh suatu pihak tertentu.

g. Pariwisata Menurut Alat Transportasi yang Digunakan

1) *Land Tourism*

Pariwisata yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan transportasi darat, biasanya menggunakan mobil pribadi, kereta api atau bus.

2) *Sea and River Tourism*

Pariwisata yang dilakukan dengan menggunakan transportasi laut untuk mengunjungi suatu tempat wisata.

3) *Air Tourism*

Pariwisata yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan menggunakan transportasi udara.

h. Pariwisata Menurut Usaha Wisata

1) *Youth Tourism*

Jenis pariwisata ini dikembangkan untuk remaja yang senang melakukan wisata dengan harga yang murah dan biasanya menggunakan akomodasi *Youth Hostel*.

2) *Adult Tourism*

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang berusia lanjut. Biasanya mereka sedang menjalani masa pensiun dan ingin melakukan perjalanan wisata ke tempat yang belum pernah

dikunjunginya.

i. Pariwisata Menurut Jenis Kelamin

1) *Masculine Tourism*

Kegiatan pariwisata yang hanya diikuti oleh kaum pria saja.

Misalnya di Afrika yang sering diadakan *Safari Hunting Adventure*..

2) *Feminine Tourism*

Kegiatan pariwisata yang hanya diikuti oleh kaum wanita saja.

Misalnya *tour* yang dilakukan untuk melihat pertunjukan masak, kecantikan, dan lain-lain.

j. Pariwisata Menurut Harga dan Tingkat Sosial

1) *Deluxe Tourism*

Kegiatan pariwisata yang dilakukan dengan fasilitas yang standar, baik itu atraksi yang disaksikan, alat transportasi ataupun akomodasinya.

2) *Middle Class Tourism*

Kegiatan pariwisata bagi wisatawan yang ingin mendapatkan fasilitas dengan pelayanan yang tidak terlalu jelek, tetapi dengan harga yang tidak terlalu mahal.

3) *Social Tourism*

Jenis pariwisata yang dilakukan dengan fasilitas semurah mungkin tetapi dengan fasilitas yang cukup memadai selama dalam perjalanan.

### **C. Pengelolaan Sektor Pariwisata**

Pengelolaan yaitu mengendalikan atau menyelenggarakan berbagai sumber daya secara berhasil guna untuk mencapai sasaran. Objek dan daya tarik wisata umumnya terdiri dari hayati dan non hayati, dimana masing- masing memerlukan pengelolaan sesuai dengan kualitas dan kuantitas objek wisata tersebut.

Pengelolaan dalam pariwisata harus didasarkan pada perencanaan yang matang. Perencanaan berarti melakukan perhitungan terhadap segala sesuatu sebagai perencanaan di masa yang akan datang. Perencanaan terhadap pariwisata pada dasarnya harus dilaksanakan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Hal ini disebabkan sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat menjadi andalan bagi suatu daerah dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan kesempatan kerja. Dalam perencanaan pariwisata, kecenderungan pertumbuhan penduduk, ketersediaan lahan cadangan, pembangunan fasilitas, dan kemajuan teknologi serta penerapannya harus dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan pariwisata.

Selain itu, kualitas sumber daya manusia pengelola pariwisata tentunya menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap kemajuan pariwisata tersebut. Hal ini disebabkan dalam mengelola pariwisata diperlukan keahlian dan pengalaman, serta kinerja yang baik sebagaimana yang dikemukakan oleh Azis,

dkk. bahwa berapapun banyaknya modal yang dimiliki, namun pembangunan tidak akan terlaksana kecuali disertai dengan sumber daya managerial yang mampu mengelola modal tersebut untuk pembangunan.<sup>19</sup>

Adapun peranan pemerintah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pengelolaan pariwisata, yaitu perencanaan pariwisata, pembangunan pariwisata, kebijakan pariwisata dan peraturan pariwisata. Karena Pemerintah merupakan salah satu stakeholder di dalam pengelolaan bidang pariwisata. Pemerintah juga memiliki fungsi sebagai pembuat berbagai kebijakan tentang pariwisata pada suatu daerah serta berperan dalam meningkatkan devisa dan pendapatan asli daerah melalui bidang pariwisata.<sup>20</sup>

Bukan hanya pemerintah, masyarakat juga merupakan salah satu pilar utama dalam meningkatkan potensi sektor pariwisata, karena pada dasarnya pilar pariwisata itu terdiri dari pemerintah, swasta dan masyarakat, yang sering disebut sebagai tiga pilar utama pariwisata. Setelah pemerintah mengeluarkan kebijakan mengenai pengembangan sektor pariwisata yang diiringi dengan regulasi tentunya. Kemudian pihak swasta yang secara professional menyediakan jasa pelayanan bagi pengembangan pariwisata tersebut, maka

---

<sup>19</sup> Iwan J. Azis, Lydia M, dkk, *Pembangunan Berkelanjutan Peran dan Kontribusi Emil Salim*, (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2010), hal. 484

<sup>20</sup> Achmad Afandi, Sunarti, dkk, “Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Pulau Gili Noko Kabupaten Gresik (Studi Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Gresik)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 49 No. 1 Agustus 2017, hal. 118

tugas masyarakat adalah selain senantiasa membangkitkan kesadaran tentang pentingnya pariwisata juga menumbuh-kembangkan kreatifitas yang melahirkan berbagai kreasi segar yang mengundang perhatian untuk kemudian menjadi daya pikat pariwisata.

Adapun konsep pengelolaan pariwisata menggunakan konsep Sapta Pesona merupakan mewujudkan suasana kebersamaan semua pihak untuk terciptanya lingkungan alam dan budaya luhur bangsa, sehingga terkait dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya menciptakan lingkungan dan suasana kondusif. Program<sup>21</sup> Sapta Pesona yang dicanangkan oleh Pemerintah Indonesia pada tahun 1989 dengan Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor: KM.5/UM.209/MPPT-89 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona sebagai payung tindakan Sapta Pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah dan kenangan.<sup>22</sup> Kita harus menciptakan suasana indah dan mempesona, dimana saja dan kapan saja. Khususnya ditempat-tempat yang banyak dikunjungi wisatawan dan pada waktu melayani wisatawan. Dengan kondisi dan suasana yang menarik dan nyaman, wisatawan akan betah tinggal lebih lama, merasa puas atas

---

<sup>21</sup> Aditia Heriyantara, *Pengelolaan Sapta Pesona di Objek Wisata Pantai Padang*, (Padang: Universitas Negeri Padang, 2015), hal. 2

<sup>22</sup> Murianto dan Lalu Masyhudi, "Pemahaman dan Penerapan Sapta Pesona Pada Pokdarwis di Wisata di Pantai Surga, Desa Ekas, Kabupaten Lombok Timur", *Media Bina Ilmiah*. Vol. 11, No. 6, Juni 2017, hal. 55

kunjungannya dan memberikan kenangan indah dalam hidupnya.

#### 1. Aman

Menciptakan lingkungan yang aman bagi wisatawan dan berlangsungnya kegiatan kepariwisataan, sehingga wisatawan tidak merasa cemas dan dapat menikmati kunjungannya. Suasana aman dapat dilakukan melalui beberapa cara, antara lain:

- a. Tidak mengganggu wisatawan.
- b. Menolong dan melindungi wisatawan.
- c. Bersahabat terhadap wisatawan.
- d. Memelihara keamanan lingkungan.
- e. Membantu memberi informasi kepada wisatawan.
- f. Menjaga lingkungan yang bebas dari bahaya penyakit menular.
- g. Meminimalkan resiko kecelakaan dalam penggunaan fasilitas publik.

#### 2. Tertib

Menciptakan lingkungan yang tertib bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu memberikan layanan teratur dan efektif bagi wisatawan. Adapun cara-cara yang dilakukan yaitu:

- a. Mewujudkan budaya antri.
- b. Memelihara lingkungan dengan mentaati peraturan yang berlaku.
- c. Disiplin dan tepat waktu.
- d. Serba teratur, rapi dan lancar.

- e. Semua sisi kehidupan berbangsa dan bermasyarakat menunjukkan keteraturan yang tinggi.

### 3. Bersih

Menciptakan lingkungan yang bersih bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu memberikan layanan higienis bagi wisatawan. Bentuk aksi yang dilakukan untuk menciptakan lingkungan bersih, sebagai berikut:

- a. Tidak membuang sampah atau limbah sembarangan.
- b. Turut menjaga kebersihan sarana dan lingkungan daya tarik wisata.
- c. Menyiapkan sajian makanan dan minuman yang higienis.
- d. Menyiapkan perlengkapan penyajian makanan dan minuman yang bersih.
- e. Pakaian dan penampilan petugas yang bersih dan rapi.

### 4. Sejuk

Menciptakan lingkungan yang nyaman bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang nyaman dan rasa betah bagi wisatawan, sehingga mendorong lama tinggal dan kunjungan lebih panjang. Dapat dilakukan dengan cara :

- a. Melaksanakan penghijauan dengan menanam pohon.
- b. Memelihara penghijauan di daya tarik wisata serta jalur wisata.
- c. Menjaga kondisi sejuk dalam ruangan umum, hotel, penginapan, restoran, alat transportasi dan tempat lainnya.

## 5. Indah

Menciptakan Lingkungan yang indah bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang menarik dan menumbuhkan kesan yang mendalam bagi wisatawan, sehingga mendorong promosi ke kalangan/pasar yang lebih luas dan potensi kunjungan ulang. Adapun cara untuk menciptakan keindahan, antara lain:

- a. Menjaga keindahan daya tarik wisata dalam tatanan yang harmoni dan alami.
- b. Menata tempat tinggal dan lingkungan secara teratur, tertib, dan serasi serta menjaga karakter lokal.
- c. Menjaga keindahan vegetasi, tanaman hias dan peneduh sebagai elemen estetika lingkungan yang bersifat natural.

## 6. Ramah

Menciptakan lingkungan yang ramah bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang akrab, bersahabat serta seperti di rumah sendiri bagi wisatawan, sehingga mendorong minat kunjungan ulang dan promosi yang positif bagi prospek pasar yang lebih luas. Bentuk aksi yang dilakukan yaitu:

- a. Bersikap sebagai tuan rumah yang baik dan rela membantu wisatawan.
- b. Memberi informasi tentang adat istiadat secara sopan.
- c. Para petugas bisa menampilkan sikap dan perilaku yang terpuji.



d. Menampilkan senyum dan keramahan yang tulus.

#### 7. Kenangan

Menciptakan memori yang berkesan bagi wisatawan, sehingga pengalaman perjalanan/kunjungan wisata yang dilakukan dapat terus membekas dalam benak wisatawan, dan menumbuhkan motivasi untuk berkunjung ulang. Hal ini dapat dilakukan melalui beberapa cara antara lain:

- a. Menggali dan mengangkat keunikan budaya lokal.
- b. Menyajikan makanan dan minuman khas lokal yang bersih, sehat dan menarik.
- c. Menyediakan cenderamata yang menarik, unik/khas serta mudah dibawa.<sup>23</sup>

### D. Potensi Pariwisata

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia bahwa potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan daya.<sup>24</sup> Kepariwisata itu mengandung potensi kepariwisataan di suatu daerah orang harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Potensi menjadi hal yang harus diperhatikan dan dilihat lebih jauh lagi, hal itu dimaksudkan agar semua kelebihan dan potensi yang bisa

---

<sup>23</sup> Siti Munawaroh, Sudarmo Ali Murtolo, dkk, *Peranan Kebudayaan Daerah Dalam Perwujudan Masyarakat Industri Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta*, (Yogyakarta: Direktorat Jendra Kebudayaan, 1999), hal. 51-54

<sup>24</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Arti Kata Potensi*, dalam <https://kbbi.web.id/potensi>, diakses tanggal 23 April 2020

dikembangkan dapat dimaksimalkan secara sempurna. Tentu semuanya itu tidak lepas dari peran semua pihak yang berkaitan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Potensi suatu daerah dan kepariwisataan merupakan dua hal yang memiliki kaitan erat, keduanya dapat bergerak maju untuk melakukan pengembangan dan pertumbuhan perekonomian daerah.

Pengertian potensi pariwisata adalah segala sesuatu yang dimiliki daerah tujuan wisata yang berguna untuk pengembangan industri pariwisata tersebut.<sup>25</sup> Dalam UU No. 10 Tahun 2009 disebutkan bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, bertanggungjawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa potensi pariwisata merupakan suatu objek yang mempunyai kekuatan untuk dikembangkan dan dapat memberikan timbal balik yang positif terhadap wisata.<sup>26</sup>

Jadi yang dimaksud dengan potensi wisata adalah sesuatu yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik sebuah obyek wisata. Dalam penelitian ini potensi dibagi menjadi tiga macam, antara lain:

---

<sup>25</sup> Bambang Supriadi dan Nanny Roedjinandari, *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*, (Malang: Universitas Negeri Malang, 2017), hal. 151

<sup>26</sup> Ferdinando. C. L. PAAT, “Analisis Potensi dan Pengembangan Pariwisata di Kota Tomohon”, (Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana, 2014), hal. 15

### 1. Potensi Wisata Alam

Potensi wisata alam adalah keadaan, jenis flora dan fauna suatu daerah, seperti pantai, hutan, pegunungan, dan lain-lain. Kelebihan dan keunikan yang dimiliki oleh alam jika dikembangkan dengan memperhatikan keadaan lingkungan sekitarnya, maka hal ini akan menarik wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata tersebut.

### 2. Potensi Wisata Kebudayaan

Potensi wisata kebudayaan adalah semua hasil cipta, rasa dan karsa manusia baik berupa adat istiadat, kerajinan tangan, kesenian, peninggalan bersejarah nenek moyang berupa bangunan, monument, dan lain-lain.

### 3. Potensi Wisata Buatan Manusia

Manusia juga memiliki potensi yang dapat digunakan sebagai daya tarik wisata, lewat pementasan tarian atau pertunjukan dan pementasan seni budaya suatu daerah.<sup>27</sup>

## **E. Sentra Bisnis dalam Pariwisata**

Sentra bisnis pariwisata merupakan suatu kegiatan bisnis yang dilakukan pada sektor pariwisata yang menghasilkan produk atau jasa. Adanya sentra bisnis akan menumbuhkan sektor ekonomi dan juga penyerapan tenaga kerja.

---

<sup>27</sup> I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, (Depok: PT Raja Grafindo, 2017), hal. 90

Pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan untuk bersenang-senang mengunjungi obyek atau atraksi wisata, menyaksikan secara langsung adat budaya setempat, dan tujuan lainnya tidak untuk mendapatkan penghasilan, dengan durasi waktu lebih dari 24 jam, sehingga memerlukan kebutuhan utama selain objek-objek wisata yang akan dikunjungi, yaitu transportasi, akomodasi dan konsumsi. Kebutuhan lain, seperti souvenir, bank, entertain, jasa komunikasi, pusat perbelanjaan, dan lain-lain, merupakan unsur penunjang, sehingga dikatakan bahwa pariwisata merupakan kegiatan multi bisnis.<sup>28</sup>

Aktivitas pariwisata menggerakkan pelaku pariwisata di bidang ekonomi karena adanya supply (pasokan) dan demand (permintaan) terhadap produk barang dan jasa. Wisatawan meningkatkan permintaan terhadap barang dan jasa, masyarakat yang berperan sebagai pelaku bisnis memasok produknya untuk menangkap apa yang dibutuhkan wisatawan. Peredaran uang, barang dan jasa sirkulasinya luas dan cepat sehingga ekonomi menjadi sangat berkembang. Sehingga dengan adanya pengelolaan sektor pariwisata secara optimal maka akan memunculkan sentra bisnis pada obyek pariwisata.

Sesuai dengan Undang-undang RI No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan, sentra bisnis (usaha) dalam pariwisata digolongkan menjadi

---

<sup>28</sup> Wardhani, *Usaha Jasa Pariwisata Jilid 1*, (Jakarta: Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hal. 8

beberapa, antara lain:<sup>29</sup>

# 1. Usaha (Bisnis) Jasa Pariwisata

- a. Jasa biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata.
- b. Jasa agen perjalanan wisata adalah badan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara di dalam menjual dan atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan. Adapun bentuk-bentuk badan yang menjual jasa ini adalah, *Tour Operator*, Biro Perjalanan Wisata, *Travel Agent* (agen perjalanan).<sup>30</sup>
- c. Jasa pramuwisata adalah kegiatan usaha bersifat komersial yang mengatur, mengkoordinir dan menyediakan tenaga pramuwisata untuk memberikan pelayanan bagi seseorang atau kelompok orang yang melakukan perjalanan wisata.
- d. Jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran adalah usaha dengan kegiatan pokok memberikan Jasa pelayanan bagi satu pertemuan sekelompok orang, misalnya negarawan, usahawan, cendekiawan untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.

---

<sup>29</sup> Undang-undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataaan Pasal 7

<sup>30</sup> I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif...*, hal. 116

- e. Jasa impresariat adalah kegiatan pengurusan penyelenggaraan hiburan baik yang mendatangkan, mengirimkan maupun mengembalikannya serta menentukan tempat, waktu dan jenis hiburan.
- f. Jasa konsultasi pariwisata adalah jasa berupa saran dan nasehat yang diberikan untuk penyelesaian masalah-masalah yang timbul mulai dan penciptaan gagasan, pelaksanaan operasinya dan disusun secara sistematis berdasarkan disiplin ilmu yang diakui serta disampaikan secara lisan, tertulis maupun gambar oleh tenaga ahli professional.
- g. Jasa informasi pariwisata adalah usaha penyediaan informasi, penyebaran dan pemanfaatan informasi kepariwisataan.<sup>31</sup>

## 2. Pengusahaan Obyek dan Daya Tarik wisata

- a. Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata alam merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan tata lingkungannya yang telah ditetapkan sebagai obyek dan daya tarik wisata untuk dijadikan sasaran wisata.
- b. Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata budaya merupakan usaha seni budaya bangsa yang telah dilengkapi sebagai obyek dan daya tarik wisata untuk dijadikan sasaran wisata.
- c. Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata minat khusus merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan atau potensi seni budaya

---

<sup>31</sup> Undang-undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 *Tentang Kepariwisata* pasal 9 ayat (1)

bangsa untuk dijadikan sasaran wisatawan yang mempunyai minat khusus.<sup>32</sup>

### 3. Usaha (Bisnis) Sarana Pariwisata

- a. Penyediaan akomodasi adalah usaha penyediaan kamar dan fasilitas lain serta pelayanan yang diperlukan.
- b. Penyediaan makanan dan minuman adalah usaha pengolahan, penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman yang dapat dilakukan sebagai bagian dari penyediaan akomodasi ataupun sebagai usaha berdiri sendiri.
- c. Penyediaan angkutan wisata adalah usaha khusus atau sebagian dari usaha dalam rangka penyediaan angkutan pada umumnya yaitu angkutan khusus wisata atau angkutan umum yang menyediakan angkutan wisata.
- d. Penyediaan sarana wisata tirta adalah usaha penyediaan dan pengelolaan prasarana dan sarana serta jasa yang berkaitan dengan kegiatan wisata tirta dapat dilakukan di laut, sungai, danau, rawa, dan waduk, dermaga serta fasilitas olahraga air untuk keperluan olahraga selancar air, selancar angin, berlayar, menyelam dan memancing.

---

<sup>32</sup> Undang-undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata pasal 16 ayat (1)

- e. Penyediaan kawasan pariwisata adalah usaha yang kegiatannya membangun atau mengelola kawasan dengan luas tertentu untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.<sup>33</sup>

## **F. Desa Wisata**

Menurut ICOMOS (1999), terdapat prinsip-prinsip dasar dalam wisata budaya, yaitu:<sup>34</sup>

1. Wisata domestik dan internasional merupakan suatu alat yang paling penting dalam pertukaran budaya. Karena itu, konservasi budaya harus menyediakan tanggung jawab dan kesempatan bagi masyarakat lokal dan pengunjung untuk mengalami dan memahami warisan komunitas idan budayanya.
2. Hubungan antara tempat historis dan wisata bersifat dinamis serta melibatkan nilai-nilai yang mempunyai konflik. Hal tersebut harus dapat dikelola dalam suatu cara yang mendukung generasi saat ini dan yang akan datang.
3. Perencanaan wisata dan konservasi untuk tempat-tempat warisan budaya harus dapat menjamin bahwa pengalaman yang didapatkan pengunjung akan berharga, memuaskan dan menggembirakan.

---

<sup>33</sup> Undang-undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataaan pasal 23 ayat (1)

<sup>34</sup> Antonius Seno Hari Prasetyo, "BAB II Tinjauan Umum Desa Wisata", dikutip dari <http://ejournal.uajy.ac.id>, diakses pukul 20.00 WIB, hal. 15



4. Masyarakat asli dan penduduk di pemukiman harus dilibatkan dalam perencanaan konservasi dan wisata.
5. Aktivitas wisata dan konservasi harus menguntungkan bagi penduduk asli.
6. Program wisata budaya harus dapat melindungi dan meningkatkan karakteristik warisan alam dan budaya.

Lebih lanjut, ICOMOS (1999) menyatakan bahwa wisata budaya dapat dilihat sebagai aktivitas pariwisata yang dinamis dan sangat terkait dengan pengalaman. Wisata budaya mencari pengalaman yang unik dan indah dari berbagai warisan masyarakat yang sangat bernilai yang harus dijaga dan diserahkan kepada generasi penerus. Unsur-unsur dalam pariwisata. Unsur-unsur yang terlibat dalam industri pariwisata meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Akomodasi, tempat tinggal sementara bagi seseorang ketika melakukan perjalanan wisata.
2. Jasa boga atau restaurant, industri jasa dibidang penyelenggaraan makan dan minum yang dikelola secara profesional.
3. Transportasi atau jasa angkutan, industri usaha jasa yang bergerak dalam bidang transportasi laut dan udara.
4. Atraksi wisata, kegiatan wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan.
5. Cenderamata (souvenir), benda yang dapat dijadikan kenang-kenangan ketika wisatawan kembali ke negara atau daerah asal wisatawan tersebut.
6. Biro perjalanan, badan usaha perjalanan semua proses ketika melakukan perjalanan wisata.

## G. Ekonomi Kreatif

Menurut John Howkins mendefinisikan bahwa ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya, warisan budaya, dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan. Pemikiran Robert Lucas, bahwa kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi dapat dilihat dari tingkat produktivitas klatser orang-orang yang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang dimilikinya. Ada beberapa arah dari pengembangan ekonomi kreatif:

- a. Lapangan Usaha Kreatif dan Budaya.
- b. Lapangan Usaha Kreatif
- c. Hak Kekayaan Intelektual Seperti Hak Cipta <sup>35</sup>

Menurut Howkins, kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan yang baru. Kreativitas muncul apabila seseorang berkata, mengerjakan, dan membuat sesuatu yang baru, baik dalam pengertian menciptakan sesuatu dari yang tadinya tidak ada maupun dalam pengertian memberikan karakter baru pada sesuatu.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2010), hal. 218-220

<sup>36</sup> Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 21

Defenisi yang hampir sama dikemukakan oleh UNCTAD dan UNDP bahwa kreativitas sebagai proses dimana ide-ide dihasilkan, terinterelasi, dan ditransformasikan ke dalam sesuatu yang bernilai (*creativity can also be defined as the process by which ideas are generated, connected, and transformed into things that are valued*). Seperti dikemukakan oleh Howkins (Suryana, 2013: 21), bahwa kreativitas dalam bentuk gagasan, ide-ide, dan mimpimimpi saja tidak memiliki nilai ekonomi, dan akan memiliki nilai ekonomi bila diwujudkan dalam bentuk produk-produk yang dapat diperdagangkan atau dikomersialisasikan. Maka dari itu, kreativitas memerlukan pasar, penjual, pembeli yang aktif, perlindungan hukum, aturan, dan kontrak.

## **H. Industri Kreatif**

Dunia kehidupan umat manusia sekarang ini sedang berubah menuju ke dunia kehidupan global yang tak kenal batas. Keterisolasian yang disebabkan oleh jarak dan waktu tidak lagi menjadi pembatas, terutama bagi orang-orang yang bekerja di industri kreatif. Mereka yang bekerja di industri kreatif ini, pada umumnya melahirkan inovasi-inovasi yang layak dipatenkan. Dalam dunia kehidupan yang terus berubah, orbit ekonomi pun terus bergerak maju, dan kini telah sampai pada orbit ekonomi kreatif.

Dalam konteks industri kreatif, definisi yang diintroduksi oleh UK DCMS *Task force 1998 : Creativites Industries as those industries which have their*

*origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and concent.* Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan pada keaslian kreativitas, keterampilan dan talenta individu yang memiliki kemampuan meningkatkan taraf hidup dan penciptaan kesempatan kerja melalui eksploitasi Hak Kekayaan Intelektual<sup>37</sup>.

Berdasarkan definisi tersebut, kemudian diklasifikasikan 15 subsektor yang dinilai merupakan bagian dari industri kreatif di negara barat, yaitu (1) Penelitian dan pengembangan, (2) Penerbitan, (3) Perangkat lunak, (4) Televisi dan radio, (5) Desain, (6) Musik, (7) Film, (8) Permainan, (9) Jasa periklanan, (10) Arsitektur, (11) Seni pertunjukkan, (12) Kerajinan, (13) Video games, (14) Fashion, dan (15) Seni rupa.

Dalam perkembangan selanjutnya, interpretasi terhadap lingkup industri kreatif tidak secara mutlak mengacu kepada 15 subsektor tersebut, kebanyakan negara-negara di dunia mengkontekstualkan lagi sesuai dengan kondisi dan prioritas negaranya masing-masing. Secara keseluruhan, praktikpraktik pengembangan industri kreatif di negara-negara di dunia, setidaknya dapat mengarahkan upaya Indonesia mengembangkan teknologi dan bisnis yang memanfaatkan kreativitas manusia sebagai ujung tombaknya<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan...*, hal. 229

<sup>38</sup> Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan...*, hal. 229-230

Industri kreatif dalam definisi modern telah lebih dahulu dikembangkan oleh dunia barat. Dengan sendirinya individu-individu asing telah lebih dahulu memahami cara-cara membangun industri kreatif di mana saja berada, apalagi untuk mendirikan relatif lebih murah. Banyaknya SDA yang masih belum disentuh dan melimpahnya aset budaya lokal telah mengundang pemain-pemain asing untuk datang dan bekerja di Indonesia.

Seringkali kedatangan para pemain asing di Indonesia tidak disertai komitmen dalam membangun industri yang lebih berkelanjutan, hanya bersifat eksploitatif semata<sup>39</sup>. Agar individu lokal dapat bersaing dengan pemain asing, maka pekerja kreatif Indonesia harus dipersiapkan secara matang dengan segera diciptakan lembaga-lembaga pelatihan baik formal, non formal, maupun organik yang mampu melatih kemampuan majerial, olah kreativitas, bahasa asing, pemasaran dan negosiasi bisnis.

Model pengembangan industri kreatif, layaknya sebuah bangunan yang akan memperkuat ekonomi Indonesia, dengan landasan pilar, dan atap sebagai elemen-elemen bangunannya. Yang perlu digaris bawahi adalah adanya kenyataan bahwa banyak sub sektor industri kreatif di Indonesia yang memiliki pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan sektor industri nasional lainnya, dan itu dicapai dengan intervensi pemerintah yang minimal.

---

<sup>39</sup> Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan...*, hal. 289-299

Fondasi industri kreatif adalah sumberdaya insani Indonesia. Keunikan industri kreatif yang imenjadi ciri bagi hampir seluruh sektor industri yang terdapat dalam industri kreatif adalah peran sentral sumber daya nsani dibandingkan faktor-faktor produksi lainnya. Untuk iitu, pembangunan industri kreatif Indonesia yang kompetitif harusnya dilandasi oleh pengembangan potensi kreatifnya, sehingga mereka terlatih dan terberdayakan untuk menumbuhkan kembangan pengetahuan dan kreativitas inilah yang menjadi faktor produksi utama di dalam industri kreatif.

Indonesia memiliki jumlah individu yang berada dalam strata kreatif jauh lebih kecil ijika dibandingkan dengan individu yang berada dalam strata pekerja. Hal ini tentunya menjadi masalah utama, karena seperti yang dijelaskan sebelumnya, dalam industri kreatif, sumber daya insani merupakan fondasi dari ekonomi kreatif, kemudian untuk mengubag komposisi dari strata tersebut, pemerintah memiliki peran sentral terutama dalam mengembangkan sistem pendidikan yang lahirnya para pekerja kreatif, baik melalui jalur formal maupun non formal, sehingga industri kreatif dapat tumbuh dan berkembang secara signifikan.

## **I. Pengembanagn Pariwisata**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pengembangan diartikan sebagai suatu cara atau proses yang menjadikan sesuatu baik, maju, sempurna serta berguna. Pada dasarnya pengembangan pariwisata diawali dengan melakukan

inventarisasi potensi wisata dan mengidentifikasi untuk dilakukan evaluasi realistis terhadap potensi yang dimiliki, hal tersebut merupakan bagian yang menyeluruh dari tahap pendahuluan serta perencanaan. Pengembangan yaitu memajukan dan memperbaiki yang sudah ada.<sup>40</sup>

Jadi pengembangan adalah suatu proses aktifitas untuk mengeksplorasi potensi yang dimiliki suatu daerah dengan disertai pengetahuan tentang karakteristik dan kemampuan komponen-komponen lokal yang ada ditata berdasarkan kaidah-kaidah yang sudah disepakati sehingga menjadi daya tarik objek wisata dan kemudian dapat meningkatkan perekonomian dan pendapatan masyarakat. Suatu obyek pariwisata dapat dikatakan melakukan pengembangan jika sebelumnya sudah terdapat kegiatan wisata. Agar dapat meningkatkan potensi wisatanya, maka harus melakukan perencanaan pengembangan wisata supaya lebih baik dari sebelumnya. Terdapat tiga prinsip utama dalam *sustainability development*, yaitu:<sup>41</sup>

1. *Ecological Sustainability*, yaitu memastikan bahwa konsep pengembangan yang dilakukan harus sesuai dengan prosedur biologi, ekologi, dan keberagaman sumberdaya ekologi yang sudah ada.

---

<sup>40</sup> I Kadek Hariyana dan I Gst. Agung Oka Mahagangga, “Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Kawasan Goa Peteng Sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Jimbaran Kuta Selatan Kabupaten Bandung”..., hal. 29

<sup>41</sup> Marceilla Hidayat, “Strategi Perencanaan dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)”, *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journay*, Vol. 1, No. 1, 2011, hal. 37

2. *Social and Cultural Sustainability*, yaitu memastikan bahwa pengembangan tersebut memberikan dampak positif terhadap masyarakat lokal dan harus sesuai dengan nilai-nilai dan kebudayaan yang berlaku pada masyarakat tersebut.
3. *Economic Sustainability*, yaitu memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan efektif secara ekonomi dan menggunakan sumber daya yang bertahan untuk kebutuhan dimasa depan

Menurut Yoeti perencanaan dan pengembangan daerah pariwisata harus memperhatikan beberapa bagian, yaitu:<sup>42</sup>

1. Wisatawan (*Tourism*)

Perlu diketahui karakter wisatawan, asal negara mereka, hobi, usia dan pada musim apa mereka melakukan wisata.

2. Transportasi

Perlu adanya penelitian bagaimana fasilitas transportasi yang disediakan untuk membawa wisatawan ke daerah wisata yang dituju.

3. Objek wisata

Objek wisata yang akan dijual, harus memenuhi tiga syarat, yaitu: 1) *something to see* (apa yang dapat dilihat), 2) *something to do* (apa yang dapat dilakukan), dan 3) *something to buy* (apa yang dapat dibeli).

---

<sup>42</sup> M. Bayu Pratomo, "Upaya Pengembangan Objek Wisata di Kota Padang", *JOM FISIP*, Vol. 3, No. 2, 2016, hal. 4



#### 4. Fasilitas pelayanan

Fasilitas apa yang sudah menjadi daya tarik wisata tersebut, bagaimana kondisi akomodasi perhotelan dan restoran yang sudah ada, serta pelayanan umum seperti, kantor pos, telepon, bank yang ada di daya tarik wisata tersebut.

#### 5. Informasi dan promosi

Sangat diperlukan adanya promosi atau publikasi, kapan brosur disebar, iklan dipasang sehingga calon wisatawan dapat mengetahui setiap paket wisata dan cepat mengambil keputusan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut.

Flippo mendefinisikan pengembangan merupakan suatu proses yang mengupayakan peningkatan kemampuan dan ketrampilan SDM guna menghadapi perubahan lingkungan internal maupun eksternal melalui pendidikan (peningkatan kemampuan), dan peningkatan ketrampilan (melalui pelatihan). Sedangkan pengembangan menurut Malayu SP Hasibuan adalah usaha untuk meningkatkan kualitas teknis, teoritis, konseptual, dan modal karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan.<sup>43</sup>

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoretis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan

---

<sup>43</sup> Sri Larasati, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018), hal. 120.

pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan latihan. Pendidikan sendiri berhubungan dengan peningkatan pengetahuan umum dan latihan. Sedangkan latihan adalah suatu usaha peningkatan pengetahuan dan keahlian seorang karyawan untuk mengerjakan suatu pekerjaan tertentu.<sup>44</sup>

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian pengembangan adalah segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang ataupun yang akan datang dan juga dapat memberikan pengarahannya serta pedoman dalam mengembangkan suatu usaha.

Dalam melakukan kegiatan pengembangan, ada beberapa tahapan yang harus dilalui, diantaranya:<sup>45</sup>

1. Memiliki ide usaha

Awal usaha seseorang berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seseorang bisa berasal dari mana saja. Ide usaha muncul setelah melihat keberhasilan orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.

2. Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Pada tahap selanjutnya, menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih

---

<sup>44</sup> Priyono dan Marnis, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2008), hal. 46.

<sup>45</sup> Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 123.

spesifik. Penyaringan ide-ide akan dilakukan melalui suatu aktivitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

### 3. Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

Komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan adalah perhitungan proyeksi laba-rugi (*performa income statement*) dari bisnis yang akan dijalankan. *Performa income statement* merupakan *income statement* yang disusun berdasarkan perkiraan asumsi usaha yang akan datang dan disusun berdasarkan data-data historis.

### 4. Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha

Rencana usaha yang telah dibuat, baik secara rinci maupun secara global, tertulis maupun tidak tertulis, selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi pelaksanaan usaha yang dilakukan oleh seseorang. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seseorang akan mengarahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usahanya.

## J. Analisis SWOT

### 1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT (singkatan bahasa Inggris dari "kekuatan" atau *strengths*, "kelemahan" atau *weaknesses*, "kesempatan" atau *opportunities*, dan "ancaman" atau *threats*) adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.<sup>46</sup>

*Strength* merupakan hal-hal menjadi unggulan atau ciri khas suatu tempat wisata. *Weaknes* merupakan kendala, yakni merupakan hal-hal yang dapat menghambat pengembangan tempat wisata. *Oppurtunity* merupakan peluang, yakni hal-hal yang dapat dikembangkan lebih lanjut, sedangkan *threat* merupakan ancaman, yaitu hal-hal yang dapat mengganggu pengembangan tempat wisata. Yoeti memaparkan bagaimana analisis SWOT dalam sekenario pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut:

---

<sup>46</sup> Yani Rizal, *Guyub Ekonomi Desa: Kajian Kewirausahaan Untuk Desa Mandiri dan Sejahtera*, (Malang: CV Bintang Sejahtera, 2018), hlm 92

a. Kekuatan (*strength*)

Mengetahui kekuatan pariwisata suatu wilayah, maka akan dapat dikembangkan sehingga mampu bertahan dalam pasar dan mampu bersaing untuk pengembangan selanjutnya. Dalam hal ini, kekuatan dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk meraih peluang.

b. Kelemahan (*weaknes*)

Segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi sektor pariwisata. Pada umumnya, kelemahan-kelemahan yang dapat diidentifikasi adalah kurangnya promosi, jeleknya pelayanan, kurang profesionalnya pelaksana pariwisata di lapangan, terbatasnya kendaraan umum ke obyek wisata.

c. Kesempatan (*opportunity*)

Semua kesempatan yang ada sebagai akibat kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku, atau kondisi perekonomian.

d. Kekuatan (*strength*)

Mengetahui kekuatan pariwisata suatu wilayah, maka akan dapat dikembangkan sehingga mampu bertahan dalam pasar dan mampu bersaing untuk pengembangan selanjutnya. Dalam hal ini, kekuatan dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk meraih peluang.

e. Kelemahan (*weaknes*)

Segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi sektor pariwisata. Pada umumnya, kelemahan-kelemahan yang dapat

dididentifikasi adalah kurangnya promosi, jeleknya pelayanan, kurang profesionalnya pelaksana pariwisata di lapangan, terbatasnya kendaraan umum ke obyek wisata.

f. Kesempatan (*opportunity*)

Semua kesempatan yang ada sebagai akibat kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku, atau kondisi perekonomian.

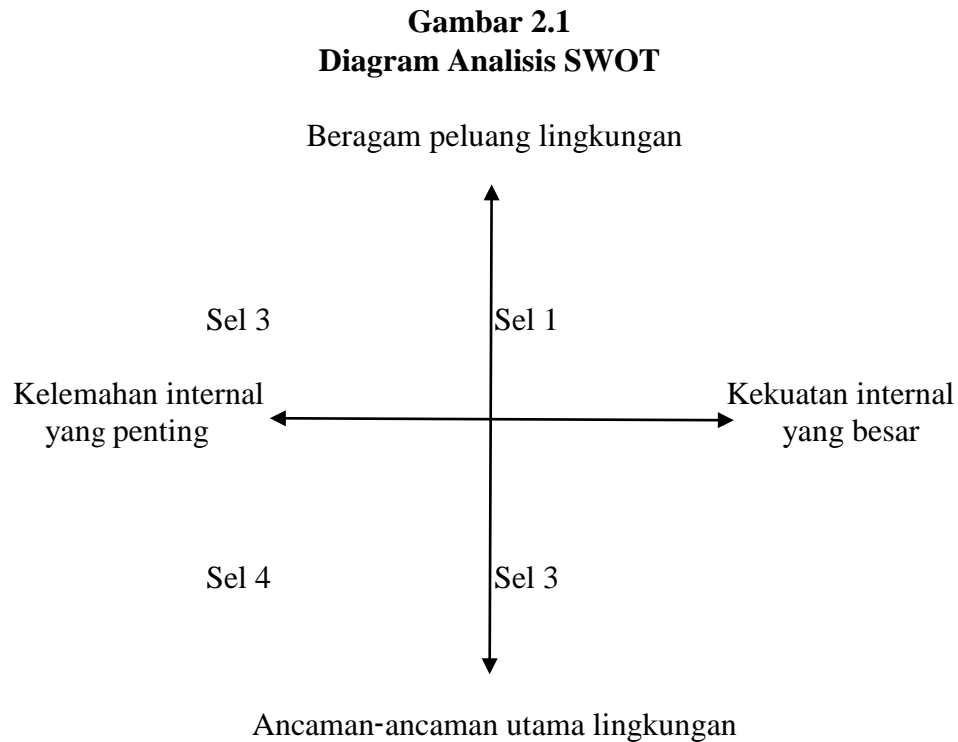
g. Ancaman (*Threats*)

Ancaman dapat berupa hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi pariwisata, seperti peraturan yang tidak memberikan kemudahan dalam berusaha, rusaknya lingkungan, dan lain sebagainya.

Analisis SWOT merupakan sebuah alat analisis yang cukup baik, efektif, dan efisien serta sebagai alat yang cepat dalam menemukan kemungkinan yang berkaitan dengan pengembangan awal program-program inovasi baru dalam kepariwisataan. Sifat analisis SWOT sangat situasional, dalam artian hasil analisis tahun sekarang belum tentu akan sama dengan hasil analisis tahun yang akan datang, pengaruh faktor ekonomi, politik, keamanan dan keadaan sosial yang melatarbelakanginya menyebabkan adanya perubahan.

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategis, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi

yang ada saat ini. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.<sup>47</sup>



Sumber : Freddy Rangkuti, 2014

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan

---

<sup>47</sup> Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Analisis SWOT*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 20

pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (pasar/produk).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak ia menghadapi beberapa kendala. Fokus strategi pada perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang tidak menguntungkan perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

## **2. Analisis Lingkungan Ekstrenal (Analisis Peluang dan Ancaman)**

Tujuan utama penilaian lingkungan adalah mengamati peluang-peluang baru, peluang pemasaran sendiri di definisikan sebagai suatu bidang kebutuhan dimana perusahaan dapat memenuhinya secara menguntungkan. Peluang dapat dicatat dan dipilah menurut daya tariknya, dan kemungkinan keberhasilannya. Kemungkinan sukses perusahaan akan semakin besar apabila kekuatan bisnisnya tidak hanya sesuai dengan persyaratan sukses utama untuk beroperasi dalam pasar sasaran tersebut, tetapi juga unggul dari



para pesaingnya. Perusahaan yang berkinerja paling baik adalah perusahaan yang dapat menciptakan nilai pelanggan tertinggi dan mempertahankannya dengan jangka panjang. Sebagian perkembangan dalam lingkungan eksternal merupakan ancaman. Ancaman lingkungan sendiri adalah tantangan akibat kecenderungan atau perkembangan yang tidak menguntungkan yang akan mengurangi penjualan atau laba bila tidak dilakukan pemasaran defensif.<sup>48</sup>

### **3. Analisis Lingkungan Internal (Analisis Kekuatan atau Kelemahan)**

Setiap unit bisnis perlu mengevaluasi kekuatan dan kelemahan secara periodik. Hal tersebut dapat dilakukan dengan formulir manajemen, atau konsultan dari luar, mengkaji kompetensi pemasaran, keuangan, produksi, dan organisasi perusahaan. Setiap faktor dinilai apakah merupakan kekuatan utama, kekuatan minor, faktor netral, kelemahan minor, atau kelemahan utama. Setelah unit bisnis menentukan misinya dan meneliti lingkungan eksternal secara internalnya, unit bisnis tersebut lalu dapat menyusun sasaran dan tujuan tertentu untuk periode perencanaan, pada tahap ini disebut dengan formulasi tujuan. Sebuah unit bisnis harus menata sasarannya secara hierarkis, dari yang paling penting sampai yang dirasa kurang penting.

---

<sup>48</sup> Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2016), hal. 68

### K. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1.	Ridolof W. dkk, 2016	Pengembangan Model Ekonomi Kreatif bagi Masyarakat di Daerah Objek Wisata Bahari Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembuatan model pengembangan ekonomi kreatif dan uji coba pengembangan model. Pada tahap ini memerlukan partisipasi dari pihak Kabupaten Kupang melalui Dinas Pariwisata dan kebudayaan serta Dinas UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Kabupaten Kupang serta dukungan dari masyarakat di sekitar objek wisata bahari.	Pada penelitian ini lebih membahas tentang pengembangan ekonomi kreatif bagi masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan Objek Wisata Bahari Kabupaten Kupang NTT. Sedangkan penelitian yang akan saya teliti lebih membahas strategi pengembangan wisata sebagai penggerak insutri pariwisata.	Persamaan pada kedua penelitian ini adalah sama sama membahas tentang pengembangan ekonomi kreatif di daerah wisata.
2.	Anak Agung Gede	Pengembangan Model Wisata Edukasi Ekonomi	Kualitatif Deskriptif	Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha industri kreatif	Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian yang	Persamaan pada kedua penelitian ini adalah sama sama

	Agung, 2015	Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat		di Bali pada umumnya sangat tergantung pada kemampuan bekerjasama dengan pihak terkait, kemampuan merangkaikan ide-ide kreatif, kemampuan mengaitkan dengan kebutuhan pasar dan menciptakan nilai tambah, melakukan penyesuaian terhadap lingkungan dan teknologi baru, memperhatikan kelestarian lingkungan alam dan budaya.	akan diteliti yaitu, pada penelitian ini lebih membahas tentang usaha industri kreatif yang berada di tempat wisata tersebut. sedangkan pada penelitian yang akan diteliti lebih lebih menonjolkan sisi pemaparan tentang desa wisata.	membahas tentang pengembangan ekonomi kreatif di daerah wisata.
3.	Sadar Pakarti Budi, 2015	Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Perkotaan Studi Kasus Jakarta	Kualitatif Deskriptif	Urutan prioritas faktor strategi pengembangan kawasan pariwisata agar dapat berdaya saing dan berkelanjutan adalah jumlah dan mutu	Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah: pada penelitian terdahulu lebih membahas strategi pengembangan kawasan pariwisata	Persamaan pada kedua penelitian ini adalah sama sama membahas tentang pengembangan wisata.

				SDM. Untuk menentukan strategi pengembangan kawasan pariwisata tersebut diperlukan pertimbangan benefit terlebih dahulu disamping <i>opportunities</i> , <i>costs</i> dan <i>risks</i> . Secara lebih spesifik, agar diperoleh outcome kawasan pariwisata berdaya saing dan berkelanjutan diperlukan faktor penentu dengan urutan prioritas : 1.Melakukan pelayanan prima, dan 2.Peningkatan komitmen stakeholders, peningkatan kapasitas SDM.	yang ada di perkotaan, yang artinya pengembangan pariwisata keseluruhan yang ada disuatu daerah perkotaan yaitu Jakarta. Sedangkan pada penelitian yang akan saya teliti ini lebih terfokus pada strategi pengembangan di salah satu tempat wisata, yaitu Desa Wisata Sendang (Ori Green)	
4.	Fitra Delita, Elfayetti dan Tumiar	Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini adalah strategi pengembangan	Perbedaan dari penelitian ini yaitu hanya membahas tentang	Persamaan pada penelitian ini yaitu samasama menggunakan analisis

	Sidauruk, 2012	Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun		objek wisata alam Pemandian Mual Mata antara lain membangun sarana prasarana seperti akses jalan, alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata.	Pengembangan pariwisatanya saja, namun pada penelitian yang akan dilakukan yaitu membahas tentang strategi desa wisata untuk menggerakkan sektor pariwisata berbasis desa wisata.	SWOT.
5.	Yusnia Sinambela dan Marya Kristina Situmorang, 2019	Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Sangkar Burung di Kelurahan Sidiangkat Kabupaten Dairi	Kualitatif Deskriptif	Hasil dari penelitian ini adalah potensi yang ditawarkan Kawasan Wisata adalah adanya kebersihan lokal tidak ada pengaruh lain sehingga masih asri dan segar dan keamanan kawasan wisata yang	Perbedaan dari penelitian ini yaitu hanya membahas tentang pengembangan pariwisatanya saja, namun pada penelitian yang akan dilakukan yaitu membahas tentang strategi pengembangan potensi pariwisata di	Persamaan pada penelitian ini yaitu samasama menggunakan analisis SWOT.

				terus terjaga, Dalam analisis SWOT objek wisata Sangkar Burung berada pada Kuadran I yang menunjukkan perusahaan memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.	desa wisata.	
6.	Tonny Yudya M, 2014	Strategi Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata (Studi Kasus Pada Pelaku Pariwisata di ODTW Wisata Alam Selo di Kecamatan Selo Kabupaten Boyolali Provinsi Jawa Tengah)	Kualitatif Deskriptif	Hasil yang didapat dari penelitian menunjukkan dalam strategi pengembangan pariwisata alam Selo dilakukan oleh tiga pihak yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, pelaku wisata dan masyarakat. Dalam pengembangan pariwisata Selo, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata membentuk beberapa kebijakan	Perbedaan dari penelitian ini yaitu hanya membahas tentang pengembangan pariwisatanya dan pelaku wisata, namun pada penelitian yang akan dilakukan yaitu membahas tentang strategi pengembangan potensi pariwisata di desa wisata.	Persamaan pada kedua penelitian ini adalah sama sama membahas tentang pengembangan wisata.

				seperti: pengembangan desa wisata, merehab dan memelihara fasilitas sarana dan prasarana, memperbaiki akses jalan, promosi dan sosialisasi.		
7.	Pahrul Irfan dan Apriani, 2018	Analisa Strategi Pengembangan ETourism Sebagai Promosi Pariwisata Di Pulau Lombok	Kualitatif Deskriptif	Hasil dari penelitian ini adalah selain dengan pembangunan daerah pariwisata, hal lain yang dapat dilakukan untuk menaikkan jumlah wisata adalah dengan pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi melalui etourism.	Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah, pada penelitian terdahulu lebih fokus membahas satu strategi, yaitu pengembangan E-Tourism sebagai proposi pariwisata, namun pada penelitian yang akan diteliti membahas seluruh strategi yang dilakukandesa wisata.	Persamaan pada kedua penelitian ini yaitu sama sama membahas tentang analisis strategi pengembangan pariwisata.
8.	Dodi Widiyanto, et.al, 2008	Pengembangan Pariwisata Perdesaan (Suatu Usulan Strategi Bagi Desa Wisata Ketingan)	Kualitatif Deskriptif	Hasil dari penelitian ini adalah menjelaskan tentang pengembangan potensi desa melalui	Perbedaan dari penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu hanya berfokus pada potensi alam	Persamaan pada penelitian ini yaitu samasama menggunakan analisis SWOT.

				potensi desa yang ada. Dimana masih mengandalkan potensi alam dan habitat yang ada.	sedangkan penelitian yang akan diteliti membahas tentang ekonomi kreatif pada desa wisata.	
--	--	--	--	---	--	--

## L. Kerangka Konseptual

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Konseptual**

